

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Facebook adalah layanan jejaring sosial yang diciptakan oleh mahasiswa Harvard, Mark Zuckerberg pada tahun 2004. Awalnya dirancang sebagai alat jaringan komunikasi untuk mahasiswa Harvard dan akhirnya dibuka untuk umum pada tahun 2006. Facebook sekarang, merupakan jaringan sosial terbesar di seluruh dunia. Hingga kuartal pertama tahun 2017, Facebook memiliki lebih dari 1,94 miliar pengguna aktif bulanan secara global, termasuk lebih dari 1,74 miliar pengguna aktif bulanan pengguna aplikasi facebook di smartphone mereka. (Facebook,2018).

Kesuksesan Facebook dapat dikaitkan dengan kemampuannya untuk menarik baik orang maupun bisnis dan kemampuannya untuk berinteraksi dengan situs di seluruh web dengan menyediakan fitur satu login (one-click login) yang bekerja di beberapa situs.

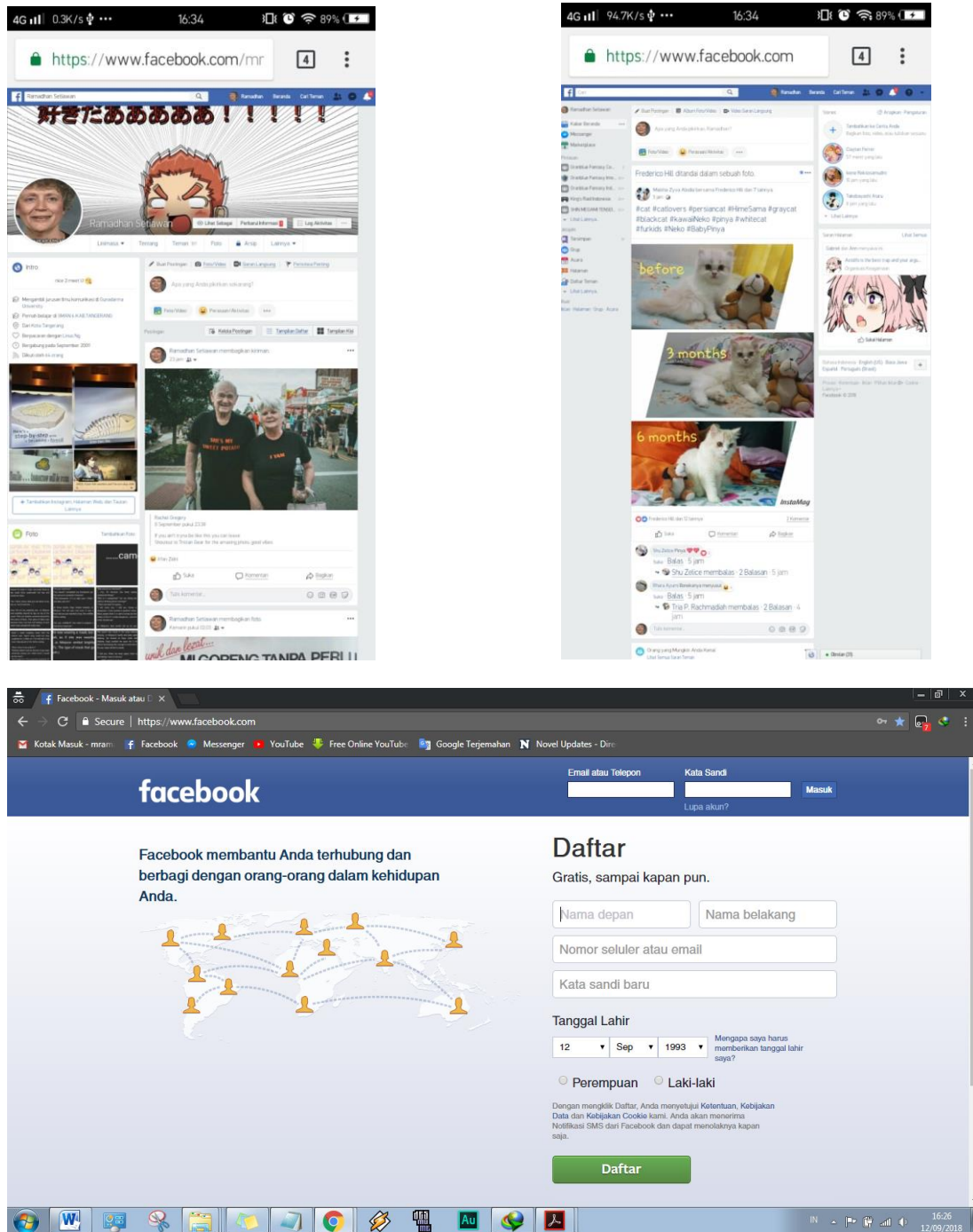
Facebook mudah digunakan dan terbuka untuk semua orang. Meskipun ditujukan untuk menjaga berhubungan atau berhubungan kembali dengan teman-teman lama, Facebook dengan cepat berkembang menjadi media promotor lahan bisnis favorit yang mampu menargetkan audiens secara dekat dan menyampaikan iklan secara langsung kepada orang-orang yang paling mungkin menginginkan produk atau layanan mereka.

Facebook memungkinkan penggunaanya untuk berbagi foto, mengirimkan pesan teks, video, posting status di Facebook dengan mudah. Tidak seperti beberapa situs jejaring sosial, Facebook tidak mengizinkan konten dewasa. Ketika pengguna melanggar dan dilaporkan, mereka dilarang dari situs.

Facebook menyediakan seperangkat kontrol privasi yang dapat disesuaikan, sehingga pengguna dapat melindungi informasi pribadinya

Berikut beberapa fitur yang membuat Facebook sangat populer:

- Facebook memungkinkan pengguna untuk membuat daftar teman dan memilih pengaturan privasi untuk menyesuaikan siapa yang dapat melihat konten di profil mereka.
- Facebook memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan mengelola album foto yang dapat dibagikan kepada teman-teman mereka.
- Facebook mendukung obrolan online (chat) interaktif dan kemampuan untuk mengomentari halaman profil kerabat untuk tetap berhubungan, dan berbagi informasi.
- Facebook mendukung halaman grup, halaman penggemar, dan halaman bisnis yang memungkinkan pebisnis menggunakan Facebook sebagai sarana pemasaran media sosial.
- Jaringan pengembang Facebook memberikan fungsionalitas canggih dan opsi monetisasi.
- Pengguna dapat melakukan streaming video langsung menggunakan Facebook Live.



Gambar 4.1 Tampilan situs Facebook.com di Browser Komputer dan Smartphone. Sumber: Peneliti

4.2. Deskripsi Data

4.2.1. Analisis Data Responden

Untuk mengetahui adanya pengaruh kebutuhan afiliasi dan narsisisme terhadap keterbukaan diri di media sosial, sebelumnya peneliti telah menyebarkan kuisioner kepada 30 responden untuk menguji validitas dari kuisioner tersebut. Setelah diuji validitasnya, penulis menyebarkan kembali kuisioner yang valid kepada responden dan mendapatkan total sebanyak 65 responden keseluruhan. Peneliti menyebarkan kuisioner kepada para pengguna akun aktif media sosial *Facebook* dengan menyebarkan kuisioner online kepada publik melalui google form lewat akun media sosial *Facebook* peneliti.

Berikut merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.3

Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	(%)
1	Laki – Laki	18	27,7
2	Perempuan	47	72,3
Total		65	100

Seperti yang terlihat dari tabel 4.3 diketahui dari 65 hasil kuisioner yang didapat, sebagian besar responden berjenis kelamin Perempuan, yakni sebanyak 47 orang dengan nilai prosentase 72,3%. Sementara sisanya berjenis kelamin laki – laki sejumlah 18 orang dengan prosentase bernilai 27,7%.

Berikut data responden berdasarkan rentang usia:

Tabel 4.4

Responden berdasarkan Rentang Usia

No	Rentang Usia	Frekuensi	(%)
1	<18 Tahun	14	21,5
2	18 – 24 Tahun	46	70,8
3	>24 Tahun	5	7,7
Total		65	100

Seperti yang terlihat dari tabel 4.4 diketahui dari 65 hasil kuesioner yang didapat, sebagian besar responden berusia antara 18 – 24 tahun, yakni sebanyak 46 orang dengan nilai prosentase 70,8%. Sementara sisanya responden dibawah 18 tahun sejumlah 14 orang dengan prosentase bernilai 21,75%, dan responden diatas 24 tahun sejumlah 5 orang dengan nilai prosentase 7,7%

Berikut data responden berdasarkan berapa lama aktif memiliki dan menggunakan *Facebook*:

Tabel 4.5

Responden berdasarkan Lama Aktif Memiliki Dan Menggunakan

Facebook

No	Lama Aktif Memiliki Dan Menggunakan <i>Facebook</i>	Frekuensi	(%)
1	1 - 3 Tahun	4	6,2
2	3 - 5 Tahun	9	13,8
3	>5 Tahun	52	80
Total		65	100

Seperti yang terlihat dari tabel 4.5 diketahui dari 65 hasil kuesioner yang didapat, sebagian besar responden yang telah menggunakan *Facebook* lebih dari 5 tahun, yakni sebanyak 52 orang dengan nilai prosentase 80%. Sementara sisanya responden yang telah menggunakan *Facebook* 1 - 3 tahun sejumlah 4 orang dengan prosentase bernilai 6,2%, dan responden yang telah menggunakan *Facebook* 3 - 5 tahun sejumlah 9 orang dengan nilai prosentase 13,8%

Berikut data responden berdasarkan lama penggunaan *Facebook* dalam sehari:

Tabel 4.6

Responden berdasarkan Lama Penggunaan *Facebook* dalam Sehari

No	Lama Penggunaan <i>Facebook</i> dalam Sehari	Frekuensi	(%)
1	<1 Jam	4	6,1
2	1 - 2 Jam	18	27,7
3	>2 Jam	43	66,2
Total		65	100

Seperti yang terlihat dari tabel 4.6 diketahui dari 65 hasil kuesioner yang didapat, sebagian besar responden dengan lama penggunaan *Facebook* dalam sehari lebih dari 2 Jam, yakni sebanyak 43 orang dengan nilai prosentase 66,2%. Sementara sisanya responden dengan lama penggunaan *Facebook* dalam sehari dibawah 1 jam sejumlah 4 orang dengan prosentase bernilai 6,1%, dan responden dengan lama penggunaan *Facebook* dalam sehari 1 - 2 jam sejumlah 18 orang dengan nilai prosentase 27,7%

4.2.2. Analisis Data Penelitian

4.2.2.1. Analisis Data Deskriptif Variabel X

Peneliti menganalisis data variabel pengaruh kebutuhan afiliasi (X_1) dan narsisisme (X_2) terhadap keterbukaan diri (Y) di media sosial dengan menelaah setiap pernyataan dalam kuesioner. Untuk mengukur variabel X dan variabel Y , peneliti menggunakan skala Likert dimana skala tersebut dimulai dari jawaban yang bernilai 1 hingga 5. Nilai 1 berarti responden menyatakan Sangat Tidak Setuju, nilai 2 berarti responden menyatakan Tidak Setuju, nilai 3 berarti responden menyatakan Netral, nilai 4 berarti responden menyatakan Setuju, dan nilai 5 berarti responden menyatakan Sangat Setuju.

Kuisisioner ini disebar kepada para responden dengan menggunakan kuisisioner online, disebarkan kepada pengguna akun *Facebook* aktif melalui akun *Facebook* peneliti. Data yang didapatkan dari responden kemudian dianalisis berdasarkan perhitungan frekuensi dan presentase. untuk melihat hubungan pengaruh kebutuhan afiliasi dan narsisisme terhadap keterbukaan diri di media sosial, digunakan analisis regresi linear berganda.

a. Variabel X_1 : Kebutuhan Afiliasi

Untuk Variabel X_1 terdapat 9 pernyataan, berikut data dari kuisisioner beserta deskripsinya:

Tabel 4.7

Jika saya merasa tidak bahagia atau depresi, saya biasanya mencoba berada di sekitar orang lain untuk membuat perasaan saya merasa lebih baik.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	13	20
2	Tidak Setuju	13	20
3	Netral	17	26,2
4	Setuju	14	21,5
5	Sangat Setuju	8	12,3
Total		65	100

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden merasa lebih baik jika berada disekitar orang lain saat sedang merasa depresi sebanyak 17 orang netral (26,2%), 14 orang setuju (21,5%), 13 orang tidak setuju (20%), 13 orang sangat tidak setuju (20%), dan 8 orang sangat setuju (12,3%).

Tabel 4.8

Ketika saya harus mengalami sesuatu yang menyakitkan, saya biasanya meminta untuk ditemani seseorang agar hal tersebut menjadi kurang menyakitkan.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	9	13,8
2	Tidak Setuju	17	26,2
3	Netral	15	23,1
4	Setuju	15	23,1
5	Sangat Setuju	9	13,8
Total		65	100

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa jika responden harus mengalami sesuatu yang menyakitkan biasanya meminta untuk ditemani seseorang sebanyak 17 orang tidak setuju (26,2%), 15 orang netral (23,1%), 15 orang setuju (23,1%), 9 orang sangat tidak setuju (13,8%), dan 9 orang sangat setuju (13,8%).

Tabel 4.9

Saya sangat menyukai berada di sekitar orang-orang yang menganggap saya penting dan menyenangkan.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	2	3,1
3	Netral	14	21,5
4	Setuju	26	40
5	Sangat Setuju	23	35,4
Total		65	100

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa responden menyukai berada di sekitar orang-orang – orang yang menganggapnya penting dan menyenangkan sebanyak 26 orang setuju (40%), 23 orang sangat setuju (35,4%), 14 orang netral (21,5%), 2 orang tidak setuju (3,1%), dan 0 orang sangat tidak setuju (0%).

Tabel 4.10

Saya sering memiliki keinginan kuat untuk membuat orang-orang yang ada di sekitar saya memperhatikan saya dan menghargai apa yang saya sukai.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	2	3,1
2	Tidak Setuju	8	12,3
3	Netral	19	29,2
4	Setuju	26	40
5	Sangat Setuju	10	15,4
Total		65	100

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan kuat untuk membuat orang-orang yang ada di sekitar mereka memperhatikan dan menghargai apa yang mereka sukai 26 orang setuju (40%), 19 orang netral (29,2%), 10 orang sangat setuju (15,4%), 8 orang tidak setuju (12,3%), dan 2 orang sangat tidak setuju (3,1%).

Tabel 4.11

Saya suka berada di sekitar orang lain, ketika saya dapat menjadi pusat perhatian.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	7	10,8
2	Tidak Setuju	25	38,5
3	Netral	23	35,4
4	Setuju	7	10,8
5	Sangat Setuju	3	4,6
Total		65	100

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa responden suka berada di sekitar orang lain, dan dapat menjadi pusat perhatian. 25 orang tidak setuju (38,5%), 23 orang netral (35,4%), 7 orang setuju (10,8%), 7 orang sangat tidak setuju (10,8%), dan 3 orang sangat setuju (4,6%).

Tabel 4.12

Saya merasa sangat puas jika dapat membentuk persahabatan baru dengan siapa pun yang saya suka.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,5
2	Tidak Setuju	1	1,5
3	Netral	12	18,5
4	Setuju	27	41,5
5	Sangat Setuju	24	36,9
Total		65	100

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa responden merasa sangat puas jika dapat membentuk persahabatan baru dengan siapa pun yang disukai. 27 orang setuju (41,5%), 24 orang sangat setuju (36,9%), 12 orang netral (18,5%), 1 orang tidak setuju (1,5%), dan 1 orang sangat tidak setuju (1,5%).

Tabel 4.13

Saya lebih suka berpartisipasi dalam kegiatan bersama orang lain daripada bekerja sendirian.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	6	9,2
2	Tidak Setuju	15	23,1
3	Netral	30	46,2
4	Setuju	10	15,4
5	Sangat Setuju	4	6,2
Total		65	100

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa responden lebih suka berpartisipasi dalam kegiatan bersama orang lain daripada bekerja sendirian. 30 orang netral (46,2%), 15 orang tidak setuju (23,1%), 10 orang setuju (15,4%), 6 orang sangat tidak setuju (9,2%), dan 4 orang sangat setuju (6,2%).

Tabel 4.14

Saya sering punya keinginan untuk berada di sekitar orang lain yang memiliki/pernah memiliki pengalaman yang sama dengan saya ketika saya berada di situasi yang tidak menyenangkan.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,5
2	Tidak Setuju	4	6,2
3	Netral	22	33,8
4	Setuju	24	36,9
5	Sangat Setuju	14	21,5
Total		65	100

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa responden sering punya keinginan untuk berada di sekitar orang lain yang memiliki/pernah memiliki pengalaman yang sama ketika berada di situasi yang tidak menyenangkan. 24 orang setuju (36,9%), 22 orang netral (33,8%), 14 orang sangat setuju (21,5%), 4 orang tidak setuju (6,2%), dan 1 orang sangat tidak setuju (1,5%).

Tabel 4.15

Ketika saya tidak yakin tentang seberapa baik saya dalam melakukan sesuatu, saya biasanya suka berada di sekitar orang lain sehingga saya dapat membandingkan diri saya dengan mereka.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	7	10,8
2	Tidak Setuju	13	20
3	Netral	22	33,8
4	Setuju	19	29,2
5	Sangat Setuju	4	6,2
Total		65	100

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa responden suka berada di sekitar orang lain dan dapat membandingkan diri dengan mereka ketika merasa tidak yakin dalam melakukan sesuatu. 22 orang netral (33,8%), 19 orang setuju (29,2%), 13 orang tidak setuju (20%), 7 orang sangat tidak setuju (10,8%), dan 4 orang sangat setuju (6,2%).

b. **Variabel X₂ : Narsisisme**

Untuk Variabel X₂ terdapat 9 pernyataan, berikut data dari kuesioner beserta deskripsinya:

Tabel 4.16

Perasaan saya mudah terlukai oleh ejekan orang lain.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	3	4,6
2	Tidak Setuju	12	18,5
3	Netral	21	32,3
4	Setuju	14	21,5
5	Sangat Setuju	15	23,1
Total		65	100

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa responden mudah terlukai oleh ejekan orang lain. 21 orang netral (32,3%), 15 orang sangat setuju (23,1%), 14 orang setuju (21,5%), 12 orang tidak setuju (18,5%), dan 3 orang sangat tidak setuju (4,6%).

Tabel 4.17

Saya merasa bahwa saya sangat berbeda dari kebanyakan orang.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	5	7,7
2	Tidak Setuju	10	15,4
3	Netral	20	30,8
4	Setuju	14	21,5
5	Sangat Setuju	16	24,6
Total		65	100

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa responden merasa sangat berbeda dari kebanyakan orang. 20 orang netral (30,8%), 16 orang sangat setuju (24,6%), 14 orang setuju (21,5%), 10 orang tidak setuju (15,4%), dan 5 orang sangat tidak setuju (7,7%).

Tabel 4.18

Ketika saya memasuki ruangan publik, saya merasa bahwa tatapan orang lain tertuju pada diri saya.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	6	9,2
2	Tidak Setuju	14	21,5
3	Netral	15	23,1
4	Setuju	20	30,8
5	Sangat Setuju	10	15,4
Total		65	100

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa responden merasa bahwa tatapan orang lain tertuju pada diri responden ketika sedang memasuki ruangan publik. 20 orang setuju (30,8%), 15 orang netral (23,1%), 14 orang tidak setuju (21,5%), 10 orang sangat setuju (15,4%), dan 6 orang sangat tidak setuju (9,2%).

Tabel 4.19

Saya suka berbagi penghargaan prestasi saya dengan orang lain.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	6	9,2
2	Tidak Setuju	18	27,7
3	Netral	19	29,2
4	Setuju	20	30,8
5	Sangat Setuju	2	3,1
Total		65	100

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa responden suka berbagi penghargaan prestasi saya dengan orang lain. 20 orang setuju (30,8%), 19 orang netral (29,2%), 18 orang tidak setuju (27,7%), 6 orang sangat tidak setuju (9,2%), dan 2 orang sangat setuju (3,1%).

Tabel 4.20

Saya merasa bahwa saya merasa cukup untuk bersimpati kepada orang lain.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	5	7,2
2	Tidak Setuju	6	9,2
3	Netral	22	33,8
4	Setuju	24	36,9
5	Sangat Setuju	8	12,3
Total		65	100

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa responden merasa cukup untuk bersimpati kepada orang lain. 24 orang setuju (36,9%), 22 orang netral (33,8%), 8 orang sangat setuju (12,3%), 6 orang tidak setuju (9,2%), dan 5 orang sangat tidak setuju (7,2%).

Tabel 4.21

Saya mudah terfokus dalam urusan pribadi dan melupakan keberadaan orang lain.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	6	9,2
2	Tidak Setuju	12	18,5
3	Netral	18	27,7
4	Setuju	14	21,5
5	Sangat Setuju	15	23,1
Total		65	100

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa responden mudah terfokus dalam urusan pribadi dan melupakan keberadaan orang lain. 18 orang netral (27,7%), 15 orang sangat setuju (23,1%), 14 orang setuju (21,5%), 12 orang tidak setuju (18,5%), dan 6 orang sangat tidak setuju (9,2%).

Tabel 4.22

Saya sering menafsirkan apa yang orang lain ucapkan secara personal.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	2	3,1
2	Tidak Setuju	9	13,8
3	Netral	15	23,1
4	Setuju	26	40
5	Sangat Setuju	13	20
Total		65	100

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa responden sering menafsirkan apa yang orang lain ucapkan secara personal. 26 orang setuju (40%), 15 orang netral (23,1%), 13 orang sangat setuju (20%), 9 orang tidak setuju (13,8%), dan 2 orang sangat tidak setuju (3,1%).

Tabel 4.23

Saya tidak suka berada dalam kelompok kecuali saya tahu bahwa saya dihargai oleh setidaknya satu dari anggota kelompok tersebut.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	5	7,7
2	Tidak Setuju	5	7,7
3	Netral	12	18,5
4	Setuju	26	40
5	Sangat Setuju	17	26,2
Total		65	100

Tabel 4.23 menunjukkan bahwa responden tidak suka berada dalam kelompok kecuali mengetahui bahwa mereka dihargai oleh setidaknya satu dari anggota kelompok tersebut. 26 orang setuju (40%), 17 orang sangat setuju (26,2%), 12 orang netral (18,5%), 5 orang tidak setuju (7,7%), dan 5 orang sangat tidak setuju (7,7%).

Tabel 4.24

Saya gampang terlalu serius dalam memikirkan urusan pribadi, kesehatan, kepedulian saya, dan atau hubungan saya dengan orang lain.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,5
2	Tidak Setuju	7	10,8
3	Netral	14	21,5
4	Setuju	21	32,3
5	Sangat Setuju	22	33,8
Total		65	100

Tabel 4.24 menunjukkan bahwa responden gampang terlalu serius dalam memikirkan urusan pribadi, kesehatan, kepedulian, dan atau hubungan dengan orang lain. 22 orang sangat setuju (33,8%), 21 orang setuju (32,3%), 14 orang netral (21,5%), 7 orang tidak setuju (10,8%), dan 1 orang sangat tidak setuju (1,5%).

4.2.2.2. Analisis Data Deskriptif Variabel Y

Untuk Variabel Y Keterbukaan Diri terdapat 16 pernyataan, berikut data dari kuesioner beserta deskripsinya:

Tabel 4.25

Saya selalu mengungkapkan identitas asli saya di *Facebook* (baik berupa foto/video/dll).

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	10	15,4
2	Tidak Setuju	26	40
3	Netral	14	21,5
4	Setuju	10	15,4
5	Sangat Setuju	5	7,7
Total		65	100

Tabel 4.25 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan identitas asli di *Facebook*. 26 orang tidak setuju (40%), 14 orang netral (21,5%), 10 orang setuju (15,4%), 10 orang sangat tidak setuju (15,4%), dan 5 orang sangat setuju (7,7%).

Tabel 4.26

Saya selalu mengungkapkan kontak pribadi saya di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	31	47,7
2	Tidak Setuju	22	33,8
3	Netral	11	16,9
4	Setuju	0	0
5	Sangat Setuju	1	1,5
Total		65	100

Tabel 4.26 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan kontak pribadi di *Facebook*. 31 orang sangat tidak setuju (47,7%), 22 orang tidak setuju (33,8%), 11 orang netral (16,9%), 1 orang sangat setuju (1,5%), dan 0 orang setuju (0%).

Tabel 4.27

Saya selalu mengungkapkan opini mengenai perasaan saya terhadap anggota keluarga saya di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	21	32,3
2	Tidak Setuju	20	30,8
3	Netral	17	26,2
4	Setuju	4	6,2
5	Sangat Setuju	3	4,6
Total		65	100

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan opini mengenai perasaan mereka terhadap anggota keluarganya di *Facebook*. 21 orang sangat setuju (32,3%), 20 orang setuju (30,8%), 17 orang netral (26,2%), 4 orang tidak setuju (6,2%), dan 3 orang sangat tidak setuju (4,6%).

Tabel 4.28

Saya selalu mengungkapkan informasi mengenai anggota keluarga saya di *Facebook* (baik berupa foto/video/dll).

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	29	44,6
2	Tidak Setuju	24	36,9
3	Netral	10	15,4
4	Setuju	2	3,1
5	Sangat Setuju	0	0
Total		65	100

Tabel 4.28 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan informasi mengenai anggota keluarga di *Facebook*. 29 orang sangat tidak setuju (44,6%), 24 orang tidak setuju (36,9%), 10 orang netral (15,4%), 2 orang setuju (3,1%), dan 0 orang sangat setuju (0%).

Tabel 4.29

Saya selalu mencurahkan emosi asli saya di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	7	10,8
2	Tidak Setuju	18	27,7
3	Netral	18	27,7
4	Setuju	15	23,1
5	Sangat Setuju	7	10,8
Total		65	100

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa responden selalu mencurahkan emosi asli di *Facebook*. 18 orang netral (27,7%), 18 orang tidak setuju (27,7%), 15 orang setuju (23,1%), 7 orang sangat tidak setuju (10,8%), dan 7 orang sangat setuju (10,8%).

Tabel 4.30

Saya selalu mengungkapkan apa yang saya banggakan dari diri saya sendiri di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	7	10,8
2	Tidak Setuju	20	30,8
3	Netral	20	30,8
4	Setuju	13	20
5	Sangat Setuju	5	7,7
Total		65	100

Tabel 4.30 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan apa yang mereka banggakan dari diri mereka sendiri di *Facebook*. 20 orang netral (30,8%), 20 orang tidak setuju (30,8%), 13 orang setuju (20%), 7 orang sangat tidak setuju (10,8%), dan 5 orang sangat setuju (7,7%).

Tabel 4.31

Saya selalu mengungkapkan kondisi kesehatan saya di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	18	27,7
2	Tidak Setuju	26	40
3	Netral	17	26,2
4	Setuju	3	4,6
5	Sangat Setuju	1	1,5
Total		65	100

Tabel 4.31 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan kondisi kesehatan pribadi di *Facebook*. 26 orang tidak setuju (40%), 18 orang sangat tidak setuju (27,7%), 17 orang netral (26,2%), 3 orang setuju (4,6%), dan 1 orang sangat setuju (1,5%).

Tabel 4.32

Saya selalu mengungkapkan opini terhadap penampilan diri saya di *Facebook* (baik berupa foto/video/dll).

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	22	33,8
2	Tidak Setuju	24	36,9
3	Netral	11	16,9
4	Setuju	6	9,2
5	Sangat Setuju	2	3,1
Total		65	100

Tabel 4.32 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan opini terhadap penampilan diri di *Facebook*. 24 orang tidak setuju (36,9%), 22 orang sangat tidak setuju (33,8%), 11 orang netral (16,9%), 6 orang setuju (9,2%), dan 2 orang sangat setuju (3,1%).

Tabel 4.33

Saya selalu mengungkapkan dan membagikan opini terhadap persoalan politik di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	27	41,5
2	Tidak Setuju	17	26,2
3	Netral	16	24,6
4	Setuju	2	3,1
5	Sangat Setuju	3	4,6
Total		65	100

Tabel 4.33 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan opini terhadap persoalan politik di *Facebook*. 27 orang tidak setuju (41,5%), 17 orang sangat tidak setuju (26,2%), 16 orang netral (24,6%), 3 orang sangat setuju (4,6%), dan 2 orang setuju (3,1%).

Tabel 4.34

Saya selalu mengungkapkan dan membagikan opini terhadap persoalan sosial di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	7	10,8
2	Tidak Setuju	21	32,3
3	Netral	21	32,3
4	Setuju	14	21,5
5	Sangat Setuju	2	3,1
Total		65	100

Tabel 4.34 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan opini terhadap persoalan sosial di *Facebook*. 21 orang netral (32,3%), 21 orang tidak setuju (32,3%), 14 orang setuju (21,5%), 7 orang sangat tidak setuju (10,8%), dan 2 orang sangat setuju (3,1%).

Tabel 4.35

Saya selalu mengungkapkan dan membagikan hobi saya di *Facebook* (baik berupa foto/video/dll).

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	10	15,4
4	Setuju	19	29,2
5	Sangat Setuju	36	55,4
Total		65	100

Tabel 4.35 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan dan membagikan hobi di *Facebook* di *Facebook*. 36 orang sangat setuju (55,4%), 19 orang setuju (29,2%), 10 orang netral (15,4%), 0 orang tidak setuju (0%), dan 0 orang sangat tidak setuju (0%).

Tabel 4.36

Saya selalu mengungkapkan dan membagikan hal-hal yang saya suka/tidak suka di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	4	6,2
2	Tidak Setuju	5	7,7
3	Netral	17	26,2
4	Setuju	20	30,8
5	Sangat Setuju	19	29,2
Total		65	100

Tabel 4.36 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan dan membagikan hal-hal yang disukai/tidak suka di *Facebook*. 20 orang setuju (30,8%), 19 orang sangat setuju (29,2%), 17 orang netral (26,2%), 5 orang tidak setuju (7,7%), dan 4 orang sangat tidak setuju (6,2%).

Tabel 4.37

Saya selalu mengungkapkan kondisi keuangan saya di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	42	64,6
2	Tidak Setuju	15	23,1
3	Netral	7	10,8
4	Setuju	1	1,5
5	Sangat Setuju	0	0
Total		65	100

Tabel 4.37 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan kondisi keuangan di *Facebook*. 42 orang sangat tidak setuju (64,6%), 15 orang tidak setuju (23,1%), 7 orang netral (10,8%), 1 orang setuju (1,5%), dan 0 orang sangat setuju (0%).

Tabel 4.38

Saya selalu mengungkapkan kondisi pekerjaan /pendidikan saya di *Facebook*.

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	18	27,7
2	Tidak Setuju	20	30,8
3	Netral	19	29,2
4	Setuju	5	7,7
5	Sangat Setuju	3	4,6
Total		65	100

Tabel 4.38 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan kondisi pekerjaan /pendidikan di *Facebook*. 20 orang tidak setuju (30,8%), 19 orang netral (29,2%), 18 orang sangat tidak setuju (27,7%), 5 orang setuju (7,7%), dan 3 orang sangat setuju (4,6%).

Tabel 4.39

Saya selalu mengungkapkan dan membagikan opini mengenai teman – teman dunia maya saya di *Facebook* (baik berupa foto/video/dll).

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	15	23,1
2	Tidak Setuju	13	20
3	Netral	21	32,3
4	Setuju	11	16,9
5	Sangat Setuju	5	7,7
Total		65	100

Tabel 4.39 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan dan membagikan opini mengenai teman – teman dunia maya di *Facebook*. 21 orang netral (32,3%), 15 orang sangat tidak setuju (23,1%), 13 orang tidak setuju (20%), 11 orang setuju (16,9%), dan 5 orang sangat setuju (7,7%).

Tabel 4.40

Saya selalu mengungkapkan dan membagikan opini mengenai teman – teman diluar dunia maya saya di *Facebook* (baik berupa foto/video/dll).

No	Jawaban Responden	Frekuensi	(%)
1	Sangat Tidak Setuju	22	33,8
2	Tidak Setuju	10	15,4
3	Netral	20	30,8
4	Setuju	9	13,8
5	Sangat Setuju	4	6,2
Total		65	100

Tabel 4.40 menunjukkan bahwa responden selalu mengungkapkan dan membagikan opini mengenai teman – teman diluar dunia maya di *Facebook*. 22 orang sangat tidak setuju (33,8%), 20 orang netral (30,8%), 10 orang tidak setuju (15,4%), 9 orang setuju (13,8%), dan 4 orang sangat setuju (6,2%)

4.2.3. Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini terdapat satu variabel dependen dan dua variabel independen, maka alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berikut hasil dari pengolahan peneliti dengan menggunakan SPSS versi 25.

Tabel 4.41 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,993	6,652		3,005	,004
	AFILIASI	,568	,220	,347	2,577	,012
	NARSIS	,104	,210	,067	,495	,622
a. Dependent Variable: DISCLOSURE						

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 19,993 + 0,568X_1 + 0,104X_2$$

Keterangan:

Y : Keterbukaan Diri

a : Konstanta

b_1 : Besarnya pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keterbukaan diri

b_2 : Besarnya pengaruh narsisisme terhadap keterbukaan diri

X_1 : Variabel pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keterbukaan diri

X_2 : Variabel pengaruh narsisisme terhadap keterbukaan diri

Berikut hasil analisis dari data pada tabel 4.41:

- a) Konstanta sebesar 19,993 menyatakan bahwa jika pengaruh kebutuhan afiliasi (X_1) dan Narsisisme (X_2) bernilai (0) maka pengaruh terhadap Keterbukaan diri bernilai 19,993.
- b) Koefisien regresi kebutuhan afiliasi (X_1) bernilai 0,568, menyatakan bawa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel kebutuhan afiliasi akan meningkatkan pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keterbukaan diri sebesar 0,568.
- c) Koefisien regresi narsisisme (X_2) bernilai 0,104, menyatakan bawa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel narsisisme akan meningkatkan pengaruh narsisisme terhadap keterbukaan diri sebesar 0,104.

4.2.4. Pengujian Hipotesis

4.2.4.1. Uji T

Uji T digunakan untuk melihat apakah variabel bebas yaitu Kebutuhan Afiliasi dan Narsisisme secara parsial berpengaruh positif terhadap variabe terikat Keterbukaan Diri (Disclosure).

Berdasarkan dengan jumlah responden sebesar 65. Nilai derajat bebas (df) didapatkan dengan rumus :

$$df = n - k - 1$$

$$df = 65 - 2 - 1$$

$$df = 62$$

Keterangan:

df : derajat bebas

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel independen

Dengan dengan taraf signifikansi sebesar 0,1 atau 10%. Maka nilai t tabel 0,1 untuk df 62 sebesar 1,670.

Pengambilan keputusan pada uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel serta dengan melihat nilai signifikan yang diperoleh dari hasil keputusan pada uji t hitung.

- H_a diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} < 0,10$
- H_0 diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} > 0,10$

Tabel 4.42 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,993	6,652		3,005	,004
	AFILIASI	,568	,220	,347	2,577	,012
	NARSIS	,104	,210	,067	,495	,622
a. Dependent Variable: DISCLOSURE						

Dari tabel diatas dapat dijelaskan hasil dari uji t hitung dan t tabel sebagai berikut:

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig
Kebutuhan Afiliasi	2,577	1,670	0,012
Narsisisme	0,495	1,670	0,622

a) *Variabel X_1 Kebutuhan Afiliasi*

Pada variabel ini berikut hipotesisnya :

- H_{01} : Tidak ada pengaruh Kebutuhan Afiliasi (X_1) terhadap Keterbukaan Diri (Y) di media sosial.
- H_{a1} : Ada pengaruh Kebutuhan Afiliasi (X_1) terhadap Keterbukaan Diri (Y) di media sosial.

Berdasarkan tabel diatas, maka nilai t hitung variabel Kebutuhan Afiliasi lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi variabel lebih

kecil dari 0,1. Maka H_{a1} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Kebutuhan Afiliasi terhadap Keterbukaan Diri di media sosial.

b) *Variabel X_2 Narsisisme*

Pada variabel ini berikut hipotesisnya :

- H_{02} : Tidak ada pengaruh Sifat Narsisistik (X_2) terhadap Keterbukaan Diri (Y) di media sosial.
- H_{a2} : Ada pengaruh Sifat Narsisistik (X_2) terhadap Keterbukaan Diri (Y) di media sosial
-

Berdasarkan tabel diatas, maka nilai t hitung variabel Narsisisme lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi variabel lebih besar dari 0,1. Maka H_{02} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh Sifat Narsisistik terhadap Keterbukaan Diri di media sosial.

4.2.4.2. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel Kebutuhan Afiliasi dan Narsisisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keterbukaan Diri di media sosial.

Kriteria yang digunakan untuk pengambilan keputusan adalah :

- H_a diterima apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,10$
- H_0 diterima apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,10$

Nilai F tabel pada penelitian ini adalah 2,39

Tabel 4.43 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	830,211	2	415,106	5,373	,007 ^b
	Residual	4790,404	62	77,265		
	Total	5620,615	64			
a. Dependent Variable: DISCLOSURE						
b. Predictors: (Constant), NARSIS, AFILIASI						

Pada tabel diatas, f hitung untuk variabel Kebutuhan Afiliasi dan Narsisisme = 5,37 > f tabel = 2,39

Hipotesis:

- H₀₃ : Tidak ada pengaruh Kebutuhan Afiliasi (X₁) dan Sifat Narsisistik (X₂) terhadap Keterbukaan Diri (Y) di media sosial.
- Ha₃ : Ada pengaruh Kebutuhan Afiliasi (X₁) dan Sifat Narsisisme (X₂) terhadap Keterbukaan Diri (Y) di media sosial

Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H₀₃ ditolak dan Ha₃ diterima karena nilai f hitung > f tabel. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kebutuhan Afiliasi dan Sifat Narsisisme terhadap Keterbukaan Diri di media sosial.

4.2.4.3. Uji Koefisien Determinasi

Untuk menghitung besarnya pengaruh kebutuhan afiliasi dan narsisisme terhadap keterbukaan diri di media sosial adalah dengan menggunakan r square (r^2) angka r square disebut juga koefisien determinasi.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas (kebutuhan afiliasi dan narsisisme) terhadap variabel terikat (keterbukaan diri) dengan $0 \leq r^2 \leq 1$.

Artinya, jika semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel bebas semakin kuat terhadap variabel terikat.

Sementara R sendiri dapat disebut juga koefisien korelasi, terdapat interval koefisien korelasi yang menjelaskan jika interval $\geq 0,6$ maka memiliki tingkat pengaruh yang kuat. Jika $\leq 0,4$ maka dikatakan memiliki tingkat pengaruh yang rendah. Menurut Sugiyono (2014) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Tabel 4.44 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,384 ^a	,148	,120	8,790
a. Predictors: (Constant), NARSIS, AFILIASI				

Berdasarkan hasil diatas dengan nilai $R = 0,384$ menunjukkan bahwa variabel kebutuhan afiliasi dan narsisisme memiliki pengaruh positif yang rendah terhadap keterbukaan diri. Selain itu, untuk perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat dari R square yaitu sebesar 0,148. Untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi $KD = R^2 \times 100\%$ sehingga diperoleh $KD = 14,8\%$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kebutuhan afiliasi dan narsisisme hanya mempengaruhi variabel keterbukaan diri

sebanyak 14,8%. Sedangkan sisanya sebesar 85,2% dipengaruhi faktor – faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.3. Pembahasan

Dari hasil analisis data – data penelitian menunjukkan bahwa Kebutuhan Afiliasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keterbukaan Diri di media sosial. Hasil ini sesuai dengan temuan Ying Wei (2015) dan Yoseptian (2012) yang menyatakan bahwa kebutuhan afiliasi berpengaruh positif terhadap keterbukaan diri di media sosial. Semakin akrab individu berkomunikasi dengan individu lain / suatu kelompok, maka kecenderungan untuk melakukan keterbukaan diri semakin besar yang dimana bisa diharapkan dapat menjaga hubungan mereka dengan saling memercayai satu sama lain.

Selanjutnya, hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Sifat Narsisistik tidak memiliki pengaruh terhadap Keterbukaan Diri di media sosial. Hasil ini bertentangan dengan temuan Sommerville (2014) yang menyatakan bahwa narsisistik berpengaruh pada keterbukaan diri di media sosial. Semakin besar tingkat narsisistik seseorang, maka semakin sering orang tersebut mengemukakan informasi tentang dirinya. Pada penelitian ini narsisistik tidak memengaruhi keterbukaan diri, dapat disebabkan oleh tingginya sikap awareness para pengguna akun facebook akan seberapa pentingnya mengontrol informasi pribadi yang akan dibagikan melalui media sosial, mana informasi diri yang pantas dibagikan untuk publik dan informasi yang termasuk sangat sensitif dan privat.

Terakhir hasil uji F menunjukkan bahwa Kebutuhan Afiliasi dan Sifat Narsisistik secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keterbukaan Diri di media sosial. Hasil ini sesuai dengan temuan Ying Wei (2015) yang menunjukkan bahwa jika individu memiliki hubungan yang akrab dengan seseorang di media sosial dalam jangka waktu yang relatif lama, dan sifat narsistik antar individu mereka leluasa di keluarkan karena telah terciptanya rasa

saling percaya mempengaruhi seberapa besar dan seberapa banyak jumlah informasi pribadi yang mereka bagikan satu sama lain.

Menurut model jendela Johari (Johari window model), individu akan mengecilkan area tersembunyi mereka (hidden area/kuadran III) ketika individu tersebut memiliki hubungan akrab dan rasa saling percaya dengan individu/kelompok yang dia segani, maka dia akan mulai mengecilkan area tersebut dengan melakukan keterbukaan diri (self disclosure). Karena tiap individu pasti memiliki kebutuhan untuk berafiliasi, kebutuhan untuk melakukan kontak sosial dan berkomunikasi dengan orang lain, dan tiap individu baik sadar atau tidak sadar pasti memiliki sifat narsisistik dalam diri mereka, tergantung apakah kadar sifat tersebut besar atau tidak. Sifat narsisistik dapat berupa membagikan prestasi mereka kepada orang lain, membanggakan kelebihan atau hal-hal unik yang hanya mereka miliki, dan lainnya. Berdasarkan model johari window individu membagikan hal – hal tersebut melalui keterbukaan diri, dan untuk melakukan keterbukaan diri individu tergantung dari keinginan dia untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan orang lain. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, penggunaan media sosial sebagai wadah untuk melakukan keterbukaan diri semakin besar.

4.4. Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh Kebutuhan Afiliasi dan Sifat Narsisistik terhadap Keterbukaan Diri di Media Sosial ini memiliki keterbatasan yakni;

Variabel pada penelitian ini hanya meneliti apakah ada pengaruh kebutuhan afiliasi dan sifat narsisistik terhadap keterbukaan diri saja. Angket pernyataan pengaruh kebutuhan afiliasi dan sifat narsisistik terhadap keterbukaan diri hanya memberikan jawaban alternatif mengacu pada hal yang diketahui para responden dengan jawaban alternatif Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

Populasi dan sampel penelitian ini hanya terbatas pada pengguna media sosial Facebook saja. Kemungkinan hasil penelitian akan berbeda jika penelitian ini mencakup pengguna di media sosial lainnya seperti Twitter, Instagram, Whatsapp, dan lainnya.